



Empfehlung des Rates betreffend  
die Hochrangigen Grundsätze für  
den Verbraucherschutz im  
Finanzdienstleistungsbereich

Inoffizielle Übersetzung



Das vorliegende Dokument wird unter der Verantwortung des Generalsekretärs der OECD veröffentlicht. Die darin zum Ausdruck gebrachten Meinungen und Argumente spiegeln nicht zwangsläufig die offizielle Einstellung der Mitgliedstaaten der OECD wider.

Dieses Dokument sowie die darin enthaltenen Daten und Karten berühren weder den völkerrechtlichen Status von Territorien noch die Souveränität über Territorien, den Verlauf internationaler Grenzen und Grenzlinien sowie den Namen von Territorien, Städten oder Gebieten.

*Dieses Dokument wird kostenlos zur Verfügung gestellt. Es darf kostenlos reproduziert und verteilt werden, ohne dass weitere Genehmigungen erforderlich sind, solange es nicht in irgendeiner Weise verändert wird. Es darf nicht verkauft werden.*

*Die Übersetzung wurde ausschließlich zu Informationszwecken gefertigt von BaFin-Sprachendienst . Die OECD kann keine Gewähr für die Richtigkeit der Übersetzung geben. Die einzigen amtlichen Fassungen sind der englische und der französische Text, die auf der OECD-Website <https://legalinstruments.oecd.org> zur Verfügung stehen.*

## **DER RAT,**

**GESTÜTZT AUF** Artikel 5 Absatz b der Konvention der Organisation für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) vom 14. Dezember 1960,

**GESTÜTZT AUF** die Hochrangigen Grundsätze für den Verbraucherschutz im Finanzdienstleistungsbereich (nachstehend: die Grundsätze), die ursprünglich am 3. und 4. November 2011 von den Staats- und Regierungsoberhäupter der G20 verabschiedet und vom OECD-Rat am 17. Juli 2012 in Form einer Empfehlung erlassen wurden, sowie auf die überarbeitete Version dieser Grundsätze, die von den Staats- und Regierungsoberhäupter der G20 im November 2022 verabschiedet und in der vorliegenden Empfehlung enthalten sind;

**GESTÜTZT AUF** die von der OECD entwickelten Standards für die Bereiche Verbraucherschutz und Verbraucherpolitik, Finanzkompetenz, Verbraucherkredite, wirksame Finanzmarktregulierung und Unternehmensführung ;

**GESTÜTZT AUF** die Arbeit und die Standards anderer internationaler Organisationen und Foren in Bezug auf den Verbraucherschutz im Finanzdienstleistungsbereich, insbesondere die der Staats- und Regierungsoberhäupter der G20 und des Finanzstabilitätsrats;

**IN DER ERWÄGUNG**, dass die Integration von Regelungen in Bezug auf den Verbraucherschutz im Finanzdienstleistungsbereich in einen regulatorischen und aufsichtlichen Rechtsrahmen dazu beiträgt, die Finanzstabilität zu stärken, Informationsasymmetrien zu mindern und Verbraucherinnen und Verbraucher fair zu behandeln und ausreichend vor Gefahren zu schützen;

**IN DER ERWÄGUNG**, dass das Vertrauen der Verbraucherinnen und Verbraucher in das ordnungsgemäße Funktionieren des Finanzsystems von großer Bedeutung ist und sie über Finanzkompetenz verfügen sollten, damit sie sich im Umgang mit Finanzdienstleistern und deren Vermittlern sicher fühlen;

**IN DER ERWÄGUNG**, dass der Zugang zu hochwertigen Finanzprodukten und -dienstleistungen sowie die Teilnahme am Finanzsystem für die Menschen von großer Bedeutung ist und dass Verbraucherschutz im Finanzdienstleistungsbereich mit finanzieller Inklusion und Finanzkompetenz einhergeht (z. B. durch die Schaffung entsprechender Regelungen) und so die finanzielle Widerstandsfähigkeit und das Wohlergehen von Einzelpersonen, Familien und Gemeinschaften gestärkt wird;

**IN DER ERWÄGUNG**, dass das Zusammenspiel von Regelungen zum Verbraucherschutz im Finanzdienstleistungsbereich, Finanzkompetenz und finanzieller Inklusion für eine fairere, nachhaltigere und inklusivere Art des Wachstums und der Finanzstabilität von großer Bedeutung ist;

**IN DER ERWÄGUNG**, dass manche Verbraucherinnen und Verbraucher besonders vulnerabel sein könnten, wenn sie Finanzgeschäfte abschließen oder bestimmten Risiken wie betrügerischen Geschäften ausgesetzt sind. Dies könnte in einer Kombination aus persönlichen Merkmalen (z. B. Behinderung, Alter, Geschlecht, geringes Bildungsniveau oder unzureichende Sprachkenntnisse), Verhaltensmustern (z. B. Selbstüberschätzung, Informationsüberflutung, Impulsivität oder eingeschränkte kognitive Fähigkeiten) und wirtschaftlichen Bedingungen (z. B. Arbeitslosigkeit) begründet sein;

**IN ERWÄGUNG** der Auswirkungen, die die Covid-19-Pandemie auf Verbraucherinnen und Verbraucher von Finanzprodukten und -dienstleistungen hat, sowie bestimmter Trends oder Entwicklungen wie Digitalisierung und Nachhaltigkeit in der Finanzwirtschaft und der Notwendigkeit, dass diese Grundsätze zukunftsorientiert sind und sie auch weiterhin die besten Verfahren (Best Practices) darstellen;

**kommt in Bezug auf den Vorschlag des Ausschusses für Finanzmärkte der OECD (*Committee on Financial Markets*) zu folgendem Schluss:**

I. Der Rat ist sich **DARÜBER EINIG**, dass die folgenden bereichsübergreifenden Aspekte bei der Erwägung und/oder der Umsetzung aller nachstehend aufgeführten Grundsätze von zentraler Bedeutung sind:

- Das **finanzielle Wohlergehen** und die finanzielle Widerstandskraft von Verbraucherinnen und Verbrauchern im Finanzdienstleistungsbereich<sup>1</sup>. Regelungen zum Verbraucherschutz im Finanzdienstleistungsbereich sollten zum finanziellen Wohlergehen der Verbraucherinnen und Verbraucher beitragen und deren finanzielle Widerstandskraft stärken<sup>2</sup>.
- Die Auswirkungen, Chancen und Risiken von **Digitalisierung und technischem Fortschritt** für Verbraucherinnen und Verbraucher im Finanzdienstleistungsbereich. Hier sind insbesondere die zunehmende Nutzung von digitalen Finanzprodukten und -dienstleistungen (z. B. Kryptowerte und digitale Währungen), das Verbraucherverhalten in einem digitalen Umfeld sowie die Auswirkungen des verstärkten Einsatzes von künstlicher Intelligenz (KI), maschinellem Lernen und Algorithmen zu berücksichtigen.
- Die Auswirkungen, Chancen und Risiken von **nachhaltigen Finanzprodukten und -dienstleistungen** für Verbraucherinnen und Verbraucher. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass Anbieter von Finanzdienstleistungen bei ihren Produkten und Dienstleistungen sowie in ihrem Geschäftsbetrieb in zunehmendem Maße die ESG-Faktoren, also die Bereiche Umwelt, Soziales und Unternehmensführung (*Environmental, Social and Governance – ESG*), oder andere nachhaltigkeitsbezogene Faktoren einbeziehen und Verbraucherinnen und Verbraucher dies immer stärker nachfragen.

II. Der Rat **EMPFIEHLT**, dass Mitglieder und Nicht-Mitglieder, die dieser Empfehlung folgen, den nachstehenden Grundsätzen Rechnung tragen und diese Grundsätze von den jeweiligen Regierungen, Aufsichtsbehörden und Finanzdienstleistern umgesetzt werden:

### **Grundsatz 1: Rechtlicher, regulatorischer und aufsichtlicher Rahmen**

1. Verbraucherschutz im Finanzdienstleistungsbereich sollte ein wesentlicher Bestandteil des rechtlichen, regulatorischen und aufsichtlichen Rahmens sein, alle Arten von Finanzprodukten und -dienstleistungen einschließen und nationale Besonderheiten und weltweite Markt- und regulatorische Entwicklungen im Finanzsektor berücksichtigen.

2. Regulierung sollte verhältnismäßig sein und auf die Besonderheiten, Arten, Risiken und die unterschiedlichen Finanzprodukte und -dienstleistungen, Anbieter und Verbraucherinnen und Verbraucher abstellen. Sie sollte die Rechte und Pflichten der relevanten Akteure widerspiegeln und auf neue Produkte, Dienstleistungen, Ausgestaltungen, Technologien und Vertriebskanäle reagieren. Es sollten Ansätze für den Umgang mit neuen Vertriebswegen (z. B. digitale Vertriebswege) für Finanzprodukte und -dienstleistungen erarbeitet werden, die gewährleisten, dass Verbraucherinnen und Verbraucher die möglichen Vorteile dieser Vertriebswege nutzen können. Rechtliche und gerichtliche bzw. aufsichtliche Instrumente sollten stark und wirksam sein, um Verbraucherinnen und Verbraucher vor Fehlverhalten, Finanzbetrug, Missbrauch und Fehlern zu schützen und diese Vergehen sanktionieren zu können.

3. Der rechtliche, regulatorische und aufsichtliche Rahmen sollte Regulierungs- und Aufsichtsbehörden angemessene und flexible Instrumente an die Hand geben, sodass sie in der Lage sind, auf neu auftretende Risiken wie z. B. Änderungen bei den Aufsichtskompetenzen, zu reagieren. Falls erforderlich, könnte dieser Rahmen auch bestehende Ansätze in Bezug auf Durchführung und Verfahren ergänzen und dazu beitragen, dass Verbraucherinnen und Verbraucher vorteilhafte Resultate erzielen und dadurch ihr finanzielles Wohlergehen steigern können.

4. Finanzdienstleister und ihre Vermittler<sup>3</sup> sollten angemessen und verhältnismäßig reguliert und/oder beaufsichtigt werden. Hierbei sollten relevante dienstleistungs- und sektorspezifische Ansätze verfolgt werden.

5. Relevante nicht-behördliche Interessenvertretungen – u. a. Branchenverbände (einschließlich Kleinunternehmen) und Verbraucherverbände, Berufsverbände und Forschungsgemeinschaften – sollten angehört werden, wenn Regelungen in Bezug auf Verbraucherschutz im Finanzdienstleistungsbereich und Finanzkompetenz entwickelt oder überprüft werden. Relevanten Interessenvertretungen (insbesondere Verbraucherorganisationen) sollte ein einfacher und umfassender Zugang zu derartigen Verfahren ermöglicht werden.

## **Prinzip 2: Rolle der Aufsichtsbehörden**

6. Es sollte Aufsichtsbehörden geben, die ausdrücklich (aber nicht notwendigerweise ausschließlich) für den Verbraucherschutz im Finanzdienstleistungsbereich verantwortlich sind und über die erforderlichen Kompetenzen verfügen, um ihr Mandat zu erfüllen. Hierfür benötigen sie klare und objektiv definierte Zuständigkeiten und angemessene Governance-Strukturen, operative Unabhängigkeit, Rechenschaftspflicht für ihre Tätigkeiten, angemessene Befugnisse, Ressourcen und entsprechendes Knowhow, einen klar umrissenen, wirksamen und transparenten Durchsetzungsrahmen sowie klare und einheitliche Regulierungsprozesse. Aufsichtsbehörden sollten hohe professionelle Standards einhalten. Dazu zählen angemessene Vertraulichkeitsrichtlinien in Bezug auf Verbraucherdaten und rechtlich geschützte Informationen sowie die Vermeidung von Interessenkonflikten.

7. Aufsichtsbehörden sollten leistungsfähig und flexibel sein und über angemessene Instrumente und ausreichende Befugnisse verfügen, um ihre Aufgaben wahrnehmen zu können. Dies kann bedeuten, dass sie ihre Marktüberwachung anpassen müssen, z. B. um Entwicklungen in den Bereichen Finanztechnologie oder nachhaltige Finanzwirtschaft Rechnung zu tragen, oder dass sie die Möglichkeit haben müssen, bei bestimmten Finanzprodukten mit besonders hohem Risiko zum Schutz der Verbraucherinnen und Verbraucher einzugreifen. Aufsichtsbehörden sollten die Wirksamkeit ihrer Aufsichtsinstrumente und Durchsetzungsmechanismen regelmäßig überprüfen. Zu den wirksamen Durchsetzungsmechanismen zählen unter anderem Bußgelder, Sanktionen, Erlaubnisentzug, unterschiedliche Genehmigungen für den Geschäftsbetrieb, Veröffentlichung des Ergebnisses von Durchsetzungsmaßnahmen, Entschädigungen und Rückzahlungen.

8. Der Aufsichtsansatz sollte sicherstellen, dass politische, regulatorische und aufsichtliche Maßnahmen, welche die finanzielle Innovation, Stabilität, Integrität, Inklusion sowie andere Ziele fördern, den Verbraucherschutz im Finanzdienstleistungsbereich und den Nutzen für Verbraucherinnen und Verbraucher angemessen berücksichtigen.

9. Die Zusammenarbeit mit anderen Finanzaufsichtsbehörden und zwischen Behörden und Institutionen, die für branchenspezifische Themen verantwortlich sind, sollte gefördert werden. Darüber hinaus sollten, wo dies möglich ist, gleiche Wettbewerbsbedingungen für alle Finanzprodukte und -dienstleistungen vorangetrieben werden. Auch die internationale Zusammenarbeit zwischen Aufsichtsbehörden sollte gefördert werden, wobei besonderes Augenmerk auf Verbraucherschutzthemen gelegt werden sollte, die sich aus internationalen Geschäften ergeben. Hierzu zählen z. B. grenzüberschreitende Zahlungen, Marketing und Vertrieb sowie Risiken, die mit der Digitalisierung und Automatisierung von Finanzprodukten und -dienstleistungen in Zusammenhang stehen.

## **Grundsatz 3: Zugang und Inklusion**

10. Regierungen und Aufsichtsbehörden sowie Finanzdienstleister und Vermittler sollten dafür sorgen, dass Verbraucherinnen und Verbraucher möglichst uneingeschränkter Zugang zu Finanzprodukten und -dienstleistungen haben und diese nutzen können. Sie sollten sich zudem für ein inklusives Finanzsystem einsetzen. Um diese Ziele zu erreichen, müssen Hindernisse beseitigt werden, die Verbraucherinnen und Verbraucher vom Zugang zu und von der Nutzung von Finanzprodukten und -dienstleistungen des offiziellen regulierten Marktes abhalten. Darüber hinaus muss sichergestellt

werden, dass Verbraucherinnen und Verbraucher Teil des Finanzsystems bleiben, beispielsweise wenn sie in eine finanzielle Notlage geraten oder sich in Lebensumständen befinden, die zu finanzieller Ausgrenzung führen können<sup>4</sup>. Zu diesem Zweck sollten Gesetzgeber und Aufsichtsbehörden dafür sorgen, dass neue Regelwerke und Strategien im Bereich Innovation den Themen finanzielle Inklusion und Verbraucherschutz im Finanzdienstleistungsbereich Rechnung tragen.

11. Regierungen, Aufsichtsbehörden und Finanzdienstleister sollten die Vorteile der Digitalisierung nutzen (z. B. durch Anwendung interoperabler Systeme). Gleichzeitig sollten sie bedenken, dass Verbraucherinnen und Verbraucher unterschiedliche Bedürfnisse und digitale Fähigkeiten haben, was wiederum Auswirkungen auf deren Zugang und Nutzung von Finanzprodukten hat. So ist beispielsweise der Zugang zu Bargeld und traditionellen Finanzdienstleistungen für manche Verbraucherinnen und Verbraucher von großer Bedeutung.

#### **Grundsatz 4: Finanzkompetenz und finanzielles Bewusstsein**

12. Finanzkompetenz<sup>5</sup> und finanzielles Bewusstsein von Verbraucherinnen und Verbrauchern sollte von allen relevanten Interessenvertretungen gefördert werden und Teil einer allgemeinen Strategie zum Erreichen von finanzieller Inklusion und/oder Finanzwissen sein. Es sollten geeignete Mechanismen entwickelt werden, um Verbraucherinnen und Verbraucher dabei zu unterstützen, sich das Wissen, die Fähigkeiten, die Verhaltensmuster und Einstellungen anzueignen, um ein entsprechendes Bewusstsein zu entwickeln, Risiken und Chancen zu verstehen, informierte Entscheidungen zu treffen, zu wissen, von wem sie Unterstützung erhalten können, und um durch eigenes Handeln ihr finanzielles Wohlergehen und ihre Resilienz wirksam zu fördern. Zu solchen Mechanismen gehören u. a. die Verbesserung der digitalen Finanzkompetenz, die Schaffung eines Bewusstseins für digitale Sicherheitsrisiken und die Förderung sicherer digitaler und im Internet abgeschlossener Transaktionen.

13. Programme zur Förderung der Finanzkompetenz wie das zeitnahe Bereitstellen verständlicher Informationen über Rechte und Pflichten von Verbraucherinnen und Verbrauchern und über den Verbraucherschutz sollten für alle leicht zugänglich sein und gefördert werden. Dies ist vor allem bei bestimmten Zielgruppen von großer Bedeutung, z. B. bei vulnerablen Verbraucherinnen und Verbrauchern.

14. Je nach nationalen Gegebenheiten sollten Programme zur Förderung der Finanzkompetenz und des finanziellen Bewusstseins über verschiedenartige und angemessene, ggf. auch digitale, Kanäle verbreitet werden. Schon bei jungen Menschen sollte die Finanzkompetenz gefördert werden; entsprechende Programme sollten Menschen aller Altersstufen zugänglich sein. Die Programme sollten über Mechanismen verfügen, mit denen ihre Wirksamkeit ausgewertet und verbessert werden kann. Es sollten national und international vergleichbare Daten zur Finanzkompetenz und des finanziellen Bewusstseins erhoben werden, um die Wirksamkeit der Ansätze zur Förderung der Finanzkompetenz beurteilen und verbessern zu können. Alle Interessenvertretungen sollten dazu angehalten werden die internationalen Grundsätze, Leitlinien und Konzepte zur Förderung der Finanzkompetenz umzusetzen, die vom Internationalen Netzwerk zur Finanziellen Bildung der OECD (*International Network on Financial Education* – INFE) entwickelt wurden.

#### **Grundsatz 5: Wettbewerb**

15. Es sollten faire und effiziente Märkte gefördert werden, die einen Wettbewerb zulassen, sodass Verbraucherinnen und Verbrauchern eine größere Auswahl an Finanzprodukten und -dienstleistungen zur Verfügung stehen. Zudem wird auf diese Weise ein Wettbewerbsdruck für die Anbieter geschaffen, der diese veranlasst, hochwertige, wettbewerbsfähige Produkte anzubieten, Innovationen zu fördern, die finanzielle Inklusion voranzutreiben und eine hohe Dienstleistungsqualität aufrecht zu erhalten. Gesetzgeber sollten dafür Sorge tragen, dass der Wettbewerb unter den Anbietern diesen Zielen gerecht wird und dadurch keine Nachteile für die Verbraucherinnen und Verbraucher entstehen. Es sollte Verbraucherinnen und

Verbrauchern möglich sein, Produkte und Anbieter auf einfache Art und Weise zu recherchieren, sie zu vergleichen, Informationen über sie zu teilen und sie gegebenenfalls auch unkompliziert zu wechseln; die hierbei entstehenden Kosten sollten verhältnismäßig und transparent sein. Dies kann beispielsweise durch die Nutzung interoperabler Systeme geschehen.

### **Grundsatz 6: Gleiche und faire Behandlung von Verbraucherinnen und Verbrauchern**

16. Alle Verbraucherinnen und Verbraucher, die Finanzprodukte und -dienstleistungen in Anspruch nehmen, sollten in jeder Phase ihrer Kundenbeziehung mit Finanzdienstleistern gleich, ehrlich und fair behandelt werden. Die faire Behandlung von Verbraucherinnen und Verbrauchern sollte ein wesentlicher Bestandteil der guten Unternehmensführung und der Unternehmenskultur aller Finanzdienstleister und Vermittler sein. Die zunehmende Nutzung digitaler Technologien zur Entscheidungsfindung sollte bei den Finanzdienstleistern nicht dazu führen, dass sie Verbraucherinnen und Verbraucher diskriminieren oder unangemessen behandeln.

17. Der Umgang mit vulnerablen Verbraucherinnen und Verbraucher sollte hierbei besondere Berücksichtigung finden. Bei der Erarbeitung entsprechender Ansätze sollte der Tatsache Rechnung getragen werden, dass eine Benachteiligung von vulnerablen Verbraucherinnen und Verbrauchern verschiedene Formen annehmen und situationsabhängig sein kann. In manchen Fällen ergibt sie sich auch aus dem Zusammenspiel von persönlichen Merkmalen, dem wirtschaftlichem Hintergrund und der aktuellen Marktsituation. Ein Ansatz könnte beispielsweise sein, eine unabhängige Schuldnerberatung für Personen anzubieten, die durch Überschuldung in eine finanzielle Notlage geraten sind.

### **Grundsatz 7: Offenlegung und Transparenz**

18. Finanzdienstleister und Vermittler sollten Verbraucherinnen und Verbrauchern über die wesentlichen Vorteile, Risiken und Konditionen eines Produkts informieren, u. a. bei grenzüberschreitenden Zahlungen und anderen Transaktionen und unabhängig vom Vertriebskanal. Darüber hinaus sollten sie Interessenkonflikte offenlegen, die sich aus der Zusammenarbeit mit dem Vermittler ergeben, über den das Produkt vertrieben wird<sup>6</sup>.

19. Den Verbraucherinnen und Verbrauchern sollten in jeder Phase der Kundenbeziehung angemessene Informationen über die wesentlichen Merkmale des Finanzprodukts zur Verfügung gestellt werden. Sämtliches Werbematerial für Finanzprodukte sollte korrekt, ehrlich, verständlich, transparent und nicht irreführend sein. Die Unternehmen sollten, soweit möglich, standardisierte vorvertragliche Offenlegungsdokumente (z. B. Formulare) verwenden, um Produkte und Dienstleistungen derselben Art vergleichbar zu machen. Sie sollten spezielle Offenlegungsmechanismen wie Warnhinweise entwickeln, die es ihnen ermöglichen, Informationen zur Verfügung zu stellen, die alle Aspekte in Bezug auf Komplexität und Risiken der angebotenen Produkte und Dienstleistungen abbilden. Digitale Vertriebskanäle können eine innovative Möglichkeit sein, um Verbraucherinnen und Verbrauchern Informationen in verschiedenen Formaten zur Verfügung zu stellen.

20. Es sollten, sofern möglich, Kundenumfragen durchgeführt und das Kundenverhalten analysiert werden, um festzustellen, ob die Offenlegungsregeln gut funktionieren oder ob sie verbessert werden müssen. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass durch Offenlegung allein nicht gewährleistet ist, dass Verbraucherinnen und Verbraucher die Informationen verstehen und sich eingebunden fühlen. Mehr Transparenz könnte den Verbraucherinnen und Verbrauchern dabei helfen, informiertere Entscheidungen zu treffen und Finanzinstitute dazu bewegen, sich mit diesen Aspekten auseinanderzusetzen. So gewinnen nachhaltige Finanzprodukte beispielsweise sowohl bei Verbraucherinnen und Verbrauchern als auch bei Finanzdienstleistern immer mehr an Bedeutung. Es bedarf daher transparenter Konzepte, damit Verbraucherinnen und Verbraucher ihre Geldanlagen besser verstehen und sich vor Greenwashing schützen können.<sup>7</sup>

21. Verbraucherinnen und Verbraucher sollten zudem darauf hingewiesen werden, wie wichtig es ist, dass auch sie den Finanzdienstleistern alle verfügbaren relevanten und korrekten Informationen zur Verfügung stellen.

### **Grundsatz 8: Hochwertige Finanzprodukte**

22. Bei hochwertigen Finanzprodukten handelt es sich um Finanzprodukte, die auf die Anforderungen und Bedürfnisse der Verbraucherinnen und Verbraucher zugeschnitten sind und zu deren finanziellem Wohlergehen beitragen. Finanzdienstleister (und gegebenenfalls Vermittler) sollten über eine gute Produktüberwachung verfügen, um zu gewährleisten, dass die von ihnen entwickelten und vertriebenen Produkte von hoher Qualität sind. Sie sollten beispielsweise dazu angehalten werden, geeignete Systeme einzurichten, mit denen Finanzprodukte entwickelt, genehmigt und über ihren Lebenszyklus hinweg verwaltet und überprüft werden können. So kann sichergestellt werden, dass die Produkte und Dienstleistungen sowohl den Anforderungen und Bedürfnissen der Verbraucherinnen und Verbraucher, für die sie entworfen wurden, gerecht werden und zu deren finanziellem Wohlergehen beitragen, als auch die aufsichtlichen Anforderungen erfüllen.

23. Um hochwertige Finanzprodukte mit einem Mehrwert für die Verbraucherinnen und Verbraucher zu fördern, kann es erforderlich sein, dass Finanzdienstleister einen Zielmarkt für ein Produkt definieren, Produktstudien durchführen und sich mit dem Kundenverhalten auseinandersetzen, um diesen Zielmarkt besser zu verstehen. Je nach Art, Komplexität und Risiko des Produkts müssten sie es auch in einer Testphase erproben, bevor sie es an den Markt bringen.

### **Grundsatz 9: Verantwortungsvolles Geschäftsgebaren und verantwortungsvolle Unternehmenskultur von Finanzdienstleistern und Vermittlern**

24. Finanzdienstleister und Vermittler sollten sich zum Ziel setzen, im besten Interesse der Verbraucherinnen und Verbraucher und verantwortungsvoll im Sinne des Verbraucherschutzes im Finanzdienstleistungsbereich zu handeln. Darüber hinaus sollten Finanzdienstleister für die Handlungen ihrer Vermittler verantwortlich und rechenschaftspflichtig sein.

25. Das Geschäftsgebaren und die Unternehmenskultur von Finanzdienstleistern und ihren Vermittlern sollten auf eine faire Behandlung der Verbraucherinnen und Verbraucher abzielen und darauf ausgerichtet sein, einen Nutzen für die Verbraucherinnen und Verbraucher zu erzielen und so zu deren finanziellem Wohlergehen beizutragen.

26. Abhängig von der Art des Geschäfts und auf Grundlage der Informationen, die in erster Linie von den Verbraucherinnen und Verbrauchern selbst zur Verfügung gestellt werden, sollten Finanzdienstleister und ihre Vermittler die finanziellen Kenntnisse von Verbraucherinnen und Verbrauchern, deren finanzielle Situation und Bedürfnisse beurteilen, bevor sie ihnen ein Produkt verkaufen, sie beraten oder eine Dienstleistung für sie erbringen. Finanzdienstleister sollten Produkte oder Dienstleistungen empfehlen, die für die Verbraucherinnen und Verbraucher vorteilhaft sind und zu deren finanziellem Wohlergehen beitragen.

27. Finanzdienstleister und Vermittler, vor allem diejenigen mit direktem Kundenkontakt, sollten gut ausgebildet und qualifiziert sein. Finanzdienstleister und Vermittler sollten sich darum bemühen, Interessenkonflikte zu vermeiden, insbesondere im Hinblick auf Vergütungen oder andere Anreizsysteme. Können derartige Konflikte nicht vermieden werden, sollten Finanzdienstleister und Vermittler zumindest deren Auswirkungen begrenzen, indem sie interne Verfahren für den Umgang mit Interessenkonflikten schaffen, eine angemessene Offenlegung sicherstellen oder das betreffende Produkt oder die betreffende Beratung bzw. Dienstleistung nicht anbieten. Für einen wirksamen Umgang mit Interessenkonflikten ist eine reine Offenlegung des Konflikts nur begrenzt geeignet, da es hierbei auf das Verständnis der Verbraucherinnen und Verbraucher und deren Verhalten ankommt. Die Unternehmen sollten das

Kundenverhalten analysieren und diese Erkenntnisse in die Erprobung und Ausgestaltung geeigneter Ansätze einfließen lassen.

28. Beratungen sollten unabhängig vom Vertriebskanal, so objektiv wie möglich und im besten Interesse der Verbraucherinnen und Verbraucher erfolgen und generell am Kundenprofil ausgerichtet sein. Hierbei sind die Komplexität des Produkts, die damit verbundenen Risiken und die Anlageziele, Kenntnisse und Fähigkeiten sowie die Erfahrung der Verbraucherinnen und Verbraucher im Finanzbereich zu berücksichtigen.

29. Die Vergütungsstruktur bei Finanzdienstleistern und Vermittlern sollte offengelegt werden und für die Verbraucherinnen und Verbraucher transparent gestaltet sein. Sie sollte so konzipiert sein, dass dadurch ein verantwortungsvolles Geschäftsgebaren und eine faire Behandlung der Verbraucherinnen und Verbraucher gefördert und Interessenkonflikte vermieden werden.

### **Grundsatz 10: Schutz der Vermögenswerte von Verbraucherinnen und Verbrauchern vor Betrug und Missbrauch**

30. Aufsichtsbehörden und Finanzdienstleister sollten wichtige Informations-, Kontroll- und Schutzmechanismen in geeigneter Weise entwickeln und einsetzen. Diese Mechanismen sollten die Einlagen, Ersparnisse und andere ähnliche finanzielle Vermögenswerte der Verbraucherinnen und Verbraucher mit einem hohen Maß an Sicherheit vor Betrug, missbräuchlicher Verwendung oder anderen Formen von Missbrauch schützen. Diese Schutzmechanismen sollten jederzeit angepasst werden können, sowohl an eine sich verändernde Nutzung neuer Technologien (z. B. digitale Vermögenswerte) als auch an Formen von Betrug und Missbrauch im Internet sowie an andere digitale Sicherheitsrisiken. Sie sollten auch verständliche und transparente Haftungsregelungen zwischen Finanzdienstleistern und Verbraucherinnen und Verbrauchern beinhalten, die im Falle von finanziellen Verlusten gelten.

31. Gesetzgeber und Aufsichtsbehörden sollten mit den wichtigsten Akteuren wie anderen Regierungs- und Regulierungsbehörden, Behörden für digitale Sicherheit, Strafverfolgungsbehörden, der Finanzbranche und Energieunternehmen zusammenarbeiten, um die Öffentlichkeit für digitale Sicherheitsrisiken zu sensibilisieren und eine höhere Sicherheit bei Online- und digitalen Transaktionen voranzutreiben.

### **Grundsatz 11: Schutz von Daten und Privatsphäre**

32. Die finanziellen und personenbezogenen Daten von Verbraucherinnen und Verbrauchern sollten durch angemessene Kontroll- und Schutzmechanismen geschützt werden. Diese Mechanismen sollten die Zwecke definieren, für die diese Daten gesammelt, verarbeitet, verwaltet, genutzt oder (insbesondere gegenüber Dritten) offengelegt werden dürfen. Die Mechanismen sollten die folgenden Rechte der Verbraucherinnen und Verbraucher berücksichtigen: das Recht auf Einwilligung vor dem Austausch von Daten, das Recht auf Zugriff auf eigene Daten, das Recht auf Information über Verstöße in Zusammenhang mit ihren Daten und das Recht auf Abhilfe, z. B. durch die unverzügliche Berichtigung bzw. Löschung von fehlerhaften oder unrechtmäßig erhobenen oder verarbeiteten Daten. Aufsichtsbehörden, deren Aufgabe es ist, Daten und Privatsphäre von Verbraucherinnen und Verbrauchern zu schützen, sollten eine Zusammenarbeit anstreben.

### **Grundsatz 12: Beschwerdebearbeitung und Streitschlichtung**

33. Rechtsordnungen sollten sicherstellen, dass Verbraucherinnen und Verbrauchern angemessene Beschwerdebearbeitungs- und Streitschlichtungsverfahren offenstehen, die kostengünstig, unabhängig, fair,

rechenschaftspflichtig und effizient sind und eine zeitnahe Bearbeitung ermöglichen. Die Entwicklung effizienter Verfahren könnte durch Nutzung moderner Technologie vereinfacht werden. Solche Verfahren sollten nicht zu unverhältnismäßig hohen Kosten oder Verzögerungen für Verbraucherinnen und Verbraucher führen und sie nicht über Gebühr belasten. Die Bedürfnisse von Verbraucherinnen und Verbrauchern, insbesondere von vulnerablen Personen, sollten bei der Entwicklung und Veröffentlichung von Beschwerdebearbeitungs- und Streitschlichtungsverfahren berücksichtigt werden.

34. Im Einklang mit den oben genannten Erwägungen sollten Finanzdienstleister und Vermittler über Beschwerdebearbeitungs- und Streitschlichtungsverfahren verfügen. Solche Verfahren sollten es den Anbietern ermöglichen, systemische Probleme aufzuspüren und zu lösen und somit bessere Resultate für Verbraucherinnen und Verbraucher zu erzielen.

35. Darüber hinaus sollten Verbraucherinnen und Verbraucher die Möglichkeit haben, im Rahmen eines unabhängigen Streitschlichtungsverfahrens Beschwerden vorbringen zu können, wenn ein Klärungsversuch über die internen Streitschlichtungsverfahren der Finanzdienstleister und Vermittler nicht erfolgreich war. Zumindest sollten eine Zusammenfassung der Informationen über Beschwerden und die zu ihrer Abhilfe getroffenen Maßnahmen veröffentlicht werden. Informationen über Verbraucherbeschwerden sollten den Aufsichtsbehörden zur Verfügung gestellt werden, um diese in ihrem Aufsichts- und Durchsetzungsmandat zu unterstützen.

**III. Der Rat EMPFIEHLT**, dass alle Mitglieder und Nicht-Mitglieder, die dieser Empfehlung folgen, für eine größtmögliche Verbreitung der Empfehlung sorgen und alle wichtigen Akteure einschließlich Verbraucherinnen und Verbraucher und privatwirtschaftlicher Institutionen zu der Umsetzung dieser Grundsätze anhalten.

**IV. Der Rat ERSUCHT** die Nichtmitglieder, diese Empfehlung zur Kenntnis zu nehmen und sie zu befolgen.

**V. Der Rat FORDERT** den Ausschuss für Finanzmärkte der OECD über die Task Force on Financial Consumer Protection dazu auf:

- a) in Bezug auf die Umsetzung dieser Empfehlung als Forum für den Wissens- und Erfahrungsaustausch zu dienen sowie geeignete Leitlinien zu schaffen und den Dialog über Fragen, Trends und Entwicklungen zum Verbraucherschutz im Finanzdienstleistungsbereich zu fördern;
- b) den Rat spätestens fünf Jahre nach Überarbeitung dieser Empfehlung über den Stand der Umsetzung und Verbreitung dieser Empfehlung sowie über ihre fortdauernde Relevanz zu informieren und dies fortan mindestens alle zehn Jahre zu wiederholen.

<sup>1</sup> Der Begriff Verbraucherinnen und Verbraucher im Finanzdienstleistungsbereich wurde bewusst nicht eindeutig definiert, um seinen Bedeutungsumfang möglichst weit zu fassen. Er bezieht sich im Allgemeinen mindestens auf Privatpersonen; je nach Definition in den unterschiedlichen Rechtsordnungen können jedoch auch Kleinst- und Kleinunternehmen gemeint sein.

<sup>2</sup>: In einer OECD-Arbeitsdefinition bezieht sich der Begriff des individuellen finanziellen Wohlergehens darauf, dass Verbraucherinnen und Verbraucher, gemessen an objektiven und subjektiven Faktoren, sowohl jetzt als auch in Zukunft die Kontrolle über die eigenen Finanzen haben, sie sich im Hinblick auf diese Finanzen sicher fühlen und sie in der Lage sind, frei über ihre Finanzen zu verfügen.

<sup>3</sup>. Unter Vermittlern sind Dritte zu verstehen, die für Finanzdienstleister oder in unabhängiger Funktion auftreten. Dazu zählen unter anderem gebundene und unabhängige Vermittler, Vertreter, Broker, Berater und Vertriebsgesellschaften.

<sup>4</sup> Generell bezieht sich der Begriff finanzielle Inklusion auf einen effektiven und uneingeschränkten Zugang zu und Nutzen von Finanzdienstleistungen, die von formellen Institutionen angeboten werden, und die sowohl finanziell tragbar für die Verbraucherinnen und Verbraucher als auch nachhaltig für die Anbieter sind (2017 G20 Financial Inclusion Action Plan, GPFI, Juli 2017 (nur in englischer Sprache verfügbar)).

<sup>5</sup> Finanzkompetenz wird definiert als eine Kombination aus dem Bewusstsein für die eigene finanzielle Situation, Wissen, Fähigkeiten, persönlicher Einstellung und Verhaltensmuster, die notwendig sind, um fundierte finanzielle

Entscheidungen zu treffen und somit einen Zustand von persönlichem finanziellen Wohlergehen zu erreichen (OECD, 2020). Manche Rechtsordnungen verwenden abweichende Begriffe, z. B. finanzielle Fähigkeiten. Unter finanzieller Bildung versteht man den Prozess zum Erreichen von Finanzkompetenz und letztlich zur Förderung des finanziellen Wohlergehens der Verbraucherinnen und Verbraucher.

- <sup>6</sup> Finanzdienstleister und Vermittler sollten klare, präzise, korrekte, verlässliche, vergleichbare, leicht zugängliche und aktuelle schriftliche und mündliche Informationen zu den angebotenen Finanzprodukten und -dienstleistungen zur Verfügung stellen. Dies gilt insbesondere für die wesentlichen Merkmale der Produkte. Gegebenenfalls sollte auf alternative, weniger komplexe Produkte bzw. Dienstleistungen des Anbieters verwiesen werden. Grundsätzlich sollten die Informationen Angaben zu den Preisen, Kosten, Strafgebühren, Rückkaufgebühren, Risiken und Kündigungsmodalitäten enthalten.
- <sup>7</sup> Mit Greenwashing bezeichnet man im Allgemeinen die Vermarktung eines Finanzprodukts, bei der das Produkt als umweltfreundlicher dargestellt wird als es eigentlich ist.